

**Сведения
об участнике конкурса
на замещение должности научно-педагогического работника**

1. ФИО (полностью): Муравский Даниил Владимирович
2. Замещаемая должность, доля ставки: ассистент , 0,5 ставки
3. Кафедра (подразделение): маркетинга СПбГУ
4. Дата объявления конкурса: 04.02.2016
5. Место работы в настоящее время (организация, должность): СПбГУ, Институт «Высшая школа менеджмента», кафедра маркетинга, ассистент
6. Ученая степень (с указанием научной специальности): нет
7. Ученое звание: нет
8. Стаж научно-педагогической работы: 2 года 4 мес.
9. Научные, учебно-методические, творческо-исполнительские работы за последние 5 лет или с момента последнего избрания по конкурсу:

№	Наименование трудов	Тип (монография, статья, тезисы и др.)	Название издательства, (номер, год) журнала или номер авторского свидетельства	Кол-во страниц	Фамилии соавторов работ
1	Роль совместного брендинга в создании ценности многосторонних платформ	Тезисы конференции	Сборник докладов Пятой ежегодной научной конференции «Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования». – 2012.	0,4 п.л. (авт. – 0,1).	Яблонский С.А., Смирнова М.М., Нефедов К.С.
2	Исследование представления брендов в рамках архитектуры "дом брендов" на примере компании Marvel	Тезисы конференции	Сборник докладов Пятой ежегодной научной конференции «Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования». – 2012.	0,4 п.л. (авт. – 0,2).	Ландграф П.А.
3	Оценка восприятия брендов потребителем, производителем и инвестором: развитие трехаспектного представления о капитале бренда	статья	Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия Менеджмент. – 2013. – Вып. 3. – С.23-49.	1,5 п.л. (авт. – 0,5).	Смирнова М.М., Алканова О.Н.
4	Управление брендами в многосторонних платформах: роль совместного брендинга	статья	Маркетинг и маркетинговые исследования – 2013. – Вып. 5. – С.356-363.	0,6 п.л. (авт. – 0,2).	Яблонский С.А., Смирнова М.М.

Сведения, содержащиеся в настоящей анкете, публикуются на официальном сайте СПбГУ и представляются членам Ученого совета Факультета / Института (Ученого совета СПбГУ) в соответствии с Положения о порядке замещения должностей научно-педагогических работников СПбГУ, утвержденного приказом Ректора от 27.08.2015 № 6281/1

5	Exploring the Brand Ecosystem: May all Who Enter as Guests Leave as brand Allies!	Тезисы конференции	Proceedings of the 42nd Annual Conference of European Marketing Academy. – 2013.	0,4 п.л. (авт. – 0,1).	Samuylova E., Alkanova O., Smirnov a M.
6	What was brand equity anyway and how did they measured it?	Тезисы конференции	Conference Proceedings of the World Marketing Congress. – 2013.	0,4 п.л. (авт. – 0,1).	Alkanova O., Smirnov a M.
7	Brand Equity as a Goal and as a Source of Control: What to Measure and When to Measure	Тезисы конференции	Conference Proceedings of Academy of Marketing Conference. – 2013.	0,4 п.л. (авт. – 0,2).	Alkanova O., Smirnov a M.
8	Keeping Multiple Brand Allies: The Consumer Perspective	Тезисы конференции	Conference Proceedings of Academy of Marketing Conference. – 2013.	0,4 п.л. (авт. – 0,2).	Smirnov a M.
9	You are judged by the allies you keep: The role of borrowed brand equity	Тезисы конференции	Conference Proceedings of Academy of Marketing Conference 2013 Doctoral Colloquium. – 2013.	0,4 п.л.	
10	An explorative study of the role of “ally” and “rival” brand communities in forming consumer perceptions of brands	Тезисы конференции	Conference Proceedings of the 4th European marketing association regional conference: "Marketing Theory Challenges in Emerging Societies", St.-Petersburg University Graduate School of Management, St.-Petersburg, Russia, September 25-27, 2013, сс. 225-231. — ISBN 978-5-9924-0081-6.	0,5 п.л. (авт. — 0,25 п.л.)	Landgraf P.
11	Восприятие потребителями брендовых альянсов	статья	Вестник Университета (Государственный университет управления) – 2014. – Вып. 3.	0,4 п.л.	
12	Принципы многосторонней платформы	статья	Инновации, вып. 3 - 2015	0,5 п.л. (авт. — 0,25 п.л.)	Яблонский С.А.
13	Disruptive innovation potential of multi-sided platforms: case of digital	Тезисы конференции	Conference proceedings of the XXVI ISPIM Innovation Conference,	0,1 (авт.- 0,5)	Yablonsky S.

Сведения, содержащиеся в настоящей анкете, публикуются на официальном сайте СПбГУ и представляются членам Ученого совета Факультета / Института (Ученого совета СПбГУ) в соответствии с Положения о порядке замещения должностей научно-педагогических работников СПбГУ, утвержденного приказом Ректора от 27.08.2015 № 6281/1

books		Budapest (Hungary), June, 14-17, 2015. Editors: Huizingh Eelko, Torkkeli Marko, Conn Steffen, and Bitran Iain. LUT Scientific and Expertise Publications 40. Tutkimusraportit P Research Reports, ISSN- L 2243-3376, ISSN- 2243-3376. ISBN 978- 952-265-779-4		
-------	--	--	--	--

10. Количество публикаций и индекс Хирша в базах данных:

РИНЦ - 4, в т.ч. за последние 3 года - 4. Индекс Хирша - 1,

Web of Science Core Collection – 1, в т.ч. за последние 3 года - 1. Индекс Хирша – 1.

Scopus - нет, в т.ч. за последние 3 года - нет, индекс Хирша – нет.

11. Количество заявок, поданных за последние три года, с целью получения финансирования на выполнение научных исследований:

- От российских научных фондов (за исключением средств СПбГУ) – нет.
- За счет средств СПбГУ - 2
- От зарубежных научных фондов – нет.
- Из иных внешних источников - нет.

12. Количество договоров на выполнение научных исследований, в которые за последние три года претендент участвовал в качестве руководителя (ответственного исполнителя) с указанием года заключения, срока, названия и объема финансирования каждого:

	С российскими научными фондами	С зарубежными научными фондами	С другими внешними организациями
Количество	0	0	0
Руководитель /ответственный исполнитель			
Год заключения			
Срок			
Название			
Объем финансирования			

13. Опыт научного руководства и консультирования за последние 3 года:

- число ВКР бакалавров/специалистов - 1
- число диссертаций магистерских/ кандидатских/докторских - 0
- число выпускников аспирантуры - 0

Сведения, содержащиеся в настоящей анкете, публикуются на официальном сайте СПбГУ и представляются членам Ученого совета Факультета / Института (Ученого совета СПбГУ) в соответствии с Положения о порядке замещения должностей научно-педагогических работников СПбГУ, утвержденного приказом Ректора от 27.08.2015 № 6281/1

14. Опыт учебно-методической работы за последние 3 года:
- число разработанных и реализованных учебных курсов - 3
 - наименование разработанных и реализованных учебных курсов:
Service marketing (маркетинг услуг), 4 курс бакалавриата;
Introduction to business: marketing (введение в маркетинг), 1 курс магистратуры;
Consulting project (консалтинговый проект), 2 года магистратуры (MIB, MIM).
- число учебников, учебных пособий, прошедших редакционно-издательскую обработку
нет
15. Знание иностранных языков с указанием уровня владения:
Английский - свободно, иврит – читает и может объясняться, испанский – читает и переводит со словарем
16. Сведения об экспертной деятельности (членство в диссертационных советах, Экспертном совете ВАК, научно-технических советах РАН, иных советах): нет
17. Сведения о членстве в редколлегиях научных журналов, оргкомитетах научных конференций: Рецензент: ЕМАС 2012-2016, Academy of Marketing 2012-2016
18. Сведения о почетных и академических званиях, международных, государственных, академических и иных премиях, победах в международных и всероссийских конкурсах: нет
19. Иная информация, представленная по инициативе претендента: нет